

Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Etika Bisnis Islam pada Masa Rasulullah)

Ahmad Wahyudi Zein¹, Bunga Agustina², Alfatih Faiz Fahlevi³, Aly Syibran⁴

¹⁻⁴Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : ahmadwahyudizein@uinsu.ac.id¹, agustinabunga474@gmail.com², faizfahlevi28@gmail.com³, alysyibran03@gmail.com⁴

Alamat : Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis : ahmadwahyudizein@uinsu.ac.id

Abstract Islam was introduced during the time of the Prophet Muhammad SAW, but only developed significantly in the 1970s. In the sixth and seventh centuries AD, during the life of the Prophet Muhammad SAW and at the same time as the Qur'an was revealed, the concept of Islamic economics began to emerge. Even though Islamic economics is still in the process of development, it has made progress during the reign of the Prophet in Medina, where he succeeded in explaining the principles of financial management. Islamic economic practices during the time of the Prophet, Khulafaurrasyidin, and Tab'in showed how important the market was. The Prophet highly appreciated reasonable prices determined by market mechanisms.

Keywords: understanding, inflation, economic, system, factors

Abstrak Islam diperkenalkan pada masa Nabi Muhammad SAW, tetapi baru berkembang secara signifikan pada tahun 1970-an. Pada abad keenam dan ketujuh Masehi, selama kehidupan Nabi Muhammad SAW dan bersamaan dengan turunnya Al-Qur'an, konsep ekonomi Islam mulai muncul. Meskipun ekonomi Islam masih dalam proses pengembangan, sudah mengalami kemajuan selama masa pemerintahan Rasulullah di Madinah, di mana beliau berhasil menjelaskan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan. Praktik ekonomi Islam pada zaman Rasulullah, Khulafaurrasyidin, dan Tab'in menunjukkan betapa pentingnya pasar. Nabi sangat menghargai harga yang wajar yang ditentukan oleh mekanisme pasar.

Kata kunci : pengertian, inflasi, system, ekonomi, factor

1. PENDAHULUAN

Ilmu yang mengkaji bagaimana manusia mengatur dan memanfaatkan sumber daya untuk produksi, distribusi, dan konsumsi dikenal sebagai ekonomi. Ekonomi menganalisis perilaku manusia serta pengaruh dari ide dan prinsip yang menjadi landasan masyarakat. Konsep ekonomi Islam telah ada sejak masa Nabi Muhammad SAW, tetapi ekonomi Islam modern sebagai disiplin ilmu baru mulai berkembang pada tahun 1970-an. Al-Qur'an dan hadis berperan sebagai sumber utama atau landasan bagi teori ekonomi Islam. Allah menjanjikan akan menyediakan makanan untuk semua makhluk yang diciptakan-Nya, sehingga Islam mendorong umatnya untuk aktif berpartisipasi dalam dunia kerja. Di samping itu, umat Islam dilarang untuk meminta-minta atau mengemis. Dalam sebuah hadis yang disampaikan oleh Rasulullah SAW, beliau menyatakan, "Barang siapa yang mencari rezeki dengan cara halal, menjauhi meminta-minta, menafkahi keluarganya, dan

berbuat baik kepada tetangganya, akan menemui Allah dengan wajah yang bercahaya, seperti bulan purnama.”

Terlihat bahwa Islam mengajarkan umatnya untuk mempertahankan martabat dan harga diri dengan menghindari meminta-minta serta cara lain yang tidak diperkenankan untuk memperoleh makanan. Nabi Muhammad SAW memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Beliau mengawasi perubahan hukum yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kebijakan yang ditetapkan oleh Nabi didasarkan pada Assunnah, Al-Qur'an, dan ajaran Islam yang sejalan dengan syariat. Pembangunan masjid yang akan menjadi lambang Madinah menjadi perhatian utama. Setelah itu, Rasulullah mengalihkan perhatian pada perekonomian kota yang sedang mengalami krisis, hampir tidak menyisakan kekayaan negara, sehingga beliau harus memulai dari nol.

Nabi kemudian mengarahkan perhatiannya pada langkah-langkah fiskal yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian umat. Kebijakan zakat yang diterapkan pada saat itu sebagian besar mengatur sumber-sumber keuangan. Zakat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhannya. Sumber pendanaan tambahan, seperti jizyah, khumus, dan zakat fitrah, diuraikan dalam bagian isi. Salah satu faktor yang mendukung pengembangan kebijakan fiskal di dunia Islam adalah bahwa kebijakan fiskal merupakan bagian penting dari perekonomian publik. Pertimbangan sosial, budaya, dan politik juga termasuk dalam hal ini. Norma yang disampaikan oleh Rasulullah menegaskan bahwa kehidupan tanpa norma tersebut bisa menjadi ancaman. Ada permintaan dari kelompok, baik yang ada di dalam maupun di luar perusahaan.

Nabi menghadapi tantangan internal dalam mendamaikan kaum Ansar dan Muhajirin setelah perjalanan mereka dari Mekah ke Madinah (Yatsrib). Pertanyaan yang diajukan oleh pihak luar pada saat itu adalah bagaimana Nabi menangani serangan dan pelecehan yang dilakukannya oleh orang-orang kafir Quraisy. Ini menjadi landasan analisis penulis mengenai kebijakan fiskal dan ekonomi pada masa Nabi Muhammad SAW, ketika kebijakan-kebijakan bersejarah tersebut berperan sebagai dasar dan langkah awal dalam pengembangan budaya Islam. Dalam pembahasan selanjutnya, akan dibahas berbagai kebijakan yang dirancang oleh Rasulullah. Setelah wafatnya Rasulullah SAW, sistem tersebut tetap berjalan, dan keuangan Islam terus berfungsi dengan baik. Para sahabat beliau dari kalangan Khulafaurrasyidin kemudian melanjutkan sistem tersebut. Khulafaurrasyidin terdiri dari empat individu yang memegang kekuasaan penting dalam perekonomian Islam. Namun, pembahasan ini akan terfokus pada Abu Bakar Ash-Shidiq,

Khulafaurrasyidin yang pertama. Gaya kepemimpinan Abu Bakar yang tegas memungkinkannya untuk menangani pemberontak yang menolak doktrin Islam. Ia juga merancang semua kebijakan baru yang sejalan dengan hukum Syariah dan menghapus kebijakan yang tidak sesuai.

2. METODE PENELITIAN

Sumber utama dalam penelitian ini adalah literatur, mengingat bahwa metode yang digunakan adalah studi kepustakaan. Pengumpulan data (heuristik) merupakan langkah penting dalam penelitian sejarah. Secara spesifik, perpustakaan yang terkait dengan Daulah Bani Ummayah digunakan sebagai referensi. Setelah itu, data yang diperoleh dari sumber lain atau dianalisis untuk mengidentifikasi sumber yang paling dapat diandalkan. Proses ini disebut verifikasi atau kritik sumber. Kemudian, dilakukan analisis dan interpretasi terhadap fakta-fakta yang telah diuji dan relevan dengan topik yang sedang dibahas. Akhirnya, penelitian sastra yang merangkai narasi sejarah berujung pada historiografi. Dalam proses ini, diperlukan imajinasi sejarah untuk mendekati peristiwa-peristiwa sejarah dengan cara yang detail dan objektif.

Penelitian ini menerapkan metodologi ilmu sosial sambil tetap mengikuti norma-norma sejarah konvensional. Di samping itu, kreativitas dapat dimanfaatkan sebagai metode ilmiah untuk menangani masalah yang telah ditentukan. Definisi transisi politik digunakan oleh penulis untuk memahami kondisi ini. Dalam konteks regenerasi politik, transisi memberikan kesempatan bagi setiap individu dewasa dalam masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemerintahan negara. Namun, dalam aspek sosial, transisi juga mengacu pada proses yang menghasilkan perubahan dalam masyarakat dengan berbagai cara, termasuk pergeseran dari nilai-nilai lama ke nilai-nilai baru. Pada masa transisi, sukar untuk memprediksi apakah periode setelah perubahan akan selalu lebih baik daripada sebelumnya. Apa yang akan terjadi setelah transisi masih belum jelas. Ada ketidakpastian dalam keadaan ini. Ketika satu sistem politik berakhir dan sistem baru muncul, hal ini bisa menimbulkan harapan bagi sistem yang baru. Ini menunjukkan bahwa meramalkan periode peralihan adalah hal yang rumit. Dalam kondisi politik yang tidak stabil, banyak kemungkinan dapat terjadi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Nabi Muhammad dalam Sejarah

Etika bisnis didefinisikan sebagai "studi khusus tentang kebenaran dan kesalahan dari segi moral," menurut Manuel G. Velasques. Fokus utama etika bisnis adalah menganalisis prinsip-prinsip moral dan cara penerapannya dalam perilaku, struktur, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, etika bisnis dapat dimaknai sebagai kajian tentang hak dan kesalahan moral yang menyoroti norma-norma moral yang terkait dengan organisasi, institusi, dan pihak-pihak yang menyampaikan informasi dalam dunia bisnis. Secara sederhana, penerapan etika bisnis berarti memahami apa yang dianggap baik atau buruk, benar atau salah menurut norma moral dalam dunia bisnis. Terdapat berbagai penafsiran mengenai konsep etika. Etika juga dapat dianggap sebagai ilmu yang mempelajari kebenaran dan kesalahan dalam perilaku manusia. Dengan demikian, penerapan etika dalam aktivitas perusahaan menjadi aspek yang krusial dalam etika bisnis. Walaupun tujuan utama sebuah bisnis adalah untuk mencapai keuntungan, hal itu harus dilakukan sesuai dengan hukum yang ada.

Prinsip berbisnis Rasulullah SAW

Kepribadian Muhammad yang terbentuk melalui interaksinya dengan kondisi sosial masyarakat Jahiliyyah berpengaruh besar pada kesuksesan finansialnya. Ia menampilkan kemampuan kewirausahaannya dengan berani mengangkut barang-barang Khadijah hanya dengan bantuan satu orang, yaitu Maisarah. Dia tidak mungkin menjadi teman Maisarah tanpa keterampilan dan kemampuan dalam berdagang. Dia adalah pemilik semua barang dagangan yang ada pada Khadijah. Selain itu, dia juga bertanggung jawab untuk mengangkut barang-barangnya dari satu pasar ke pasar yang lain atau ke lokasi pameran dagang.

Di antara strategi bisnis yang diterapkan, Muhammad menekankan prinsip etika perusahaan sebagai berikut:

1. Menipu atau membingungkan pembeli tentang produk yang dijual merupakan pelanggaran hukum.
2. Dalam berbisnis, penjual sebaiknya menghindari penggunaan bahasa yang kasar atau berlebihan saat mempromosikan produk. Nabi Muhammad SAW mengingatkan agar tidak mengucapkan sumpah yang berlebihan dalam penjualan,

meskipun bisa meningkatkan penjualan, tetapi hal itu justru dapat mengurangi keberkahannya.

3. Penjualan produk harus berlandaskan pada tawaran dan penerimaan, atau melalui kesepakatan yang disetujui oleh penjual dan pelanggan. Kesepakatan ini menekankan bahwa setiap transaksi bisnis harus dilakukan secara damai, tanpa paksaan atau penipuan.
4. Ketika menimbang atau mengukur barang, penjual perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah benar.
5. Nabi Muhammad SAW sangat menghormati hak dan posisi pembeli dalam setiap transaksi perdagangan. Ia mengajak orang lain untuk mengadopsi sikap yang serupa dengan memberikan layanan pelanggan yang tulus. Nabi berpesan kepada Jabir, “Orang yang penyayang akan memperoleh nikmat Allah ketika melakukan transaksi, menjual, dan mengambil keputusan.” Salah satu elemen krusial untuk mencapai kesuksesan adalah menjalin hubungan yang kokoh antara penjual dan pembeli.

Etika Bisnis Rasulullah SAW

Shidiq, yang pertama, menekankan pentingnya kejujuran dan selalu berpegang pada prinsip-prinsip moral yang diajarkan oleh Islam dalam ucapan, pandangan, dan tindakan. Nabi Muhammad SAW menunjukkan kejujuran dengan menggambarkan kondisi harta bendanya secara tepat dan sesuai dengan kenyataan. Dia memiliki pemahaman yang mendalam tentang barang yang dijualnya dan selalu jujur mengenai kekurangan yang ada. Cara berbisnisnya dilakukan dengan sangat sopan dan ramah; dia bahkan tidak pernah menggunakan sumpah untuk meningkatkan penghasilannya.

Kedua, memiliki keyakinan pada tanggung jawab dalam menyelesaikan semua tugas dan kewajiban. Transparansi, kejujuran, pelayanan yang baik, dan ihsan (kebajikan) dalam setiap aspek menunjukkan bahwa beliau dapat diandalkan. Dalam konteks fiqh, amanah merujuk pada kepercayaan yang diberikan atas harta milik seseorang. Akhlak ini berperan sebagai panduan dalam aktivitas perdagangan Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh keberanian, Nabi Muhammad mengirimkan barang-barang Siti Khadijah ke Syam untuk dijual saat ia bekerja untuknya. Selama perjalanan, ia melaksanakan tugasnya dengan baik

dalam menjual barang. Nabi Muhammad kemudian mengikuti petunjuk Siti Khadijah dan menjual barang-barang itu.

Ketiga, berdasarkan alat ukur atau tingkatannya. Dalam menjual barang, seseorang harus mematuhi etika bisnis yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Pertukaran produk harus dilakukan dengan sangat tepat. Misalnya, seseorang tidak diperbolehkan untuk menambah atau mengurangi berat atau ukuran; barang kering harus ditukar dengan barang kering. Muzabana dan Muḥaqala adalah dua praktik yang dilarang oleh Nabi Muhammad SAW dalam semua transaksi. Muzabana terjadi ketika jumlah, berat, dan ukuran barang tidak jelas, sementara Muḥaqala berkaitan dengan pembelian dan penjualan barang yang belum dipanen.

Keempat, hindarilah praktik gharar. Ini menunjukkan bahwa kebenarannya belum terjamin. Nabi Muhammad SAW menghindari praktik gharar karena bisa menciptakan ketidakpastian bagi pembeli dan penjual. Selain itu, Nabi Muhammad SAW juga melarang penjualan urbun (bai' al-urbun). Nabi Muhammad selalu memberikan bimbingan mengenai penjualan dengan menetapkan uang muka yang akan hilang jika pelanggan membatalkan transaksi. Ia juga menekankan pentingnya menghindari penimbunan barang serta memahami pengelolaan kebutuhan sehari-hari. Barang dagangan sering kali sulit didapatkan di pasar karena tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama. Dalam teori pasar, harga produk biasanya akan meningkat ketika jumlahnya terbatas dan permintaan pasar tinggi. Perdagangan dapat memberikan keuntungan besar saat harga berada di tingkat tinggi. Namun, pelanggan akan mengalami kesulitan, terutama bagi mereka yang tidak mampu membayar harga tinggi yang sesuai dengan permintaan pasar. Dalam teori pasar, harga suatu produk akan naik ketika jumlahnya sedikit dan permintaan pasar meningkat. Perdagangan bisa menghasilkan keuntungan yang besar ketika harga tinggi. Namun, pelanggan akan mengalami kesulitan, terutama bagi mereka yang tidak dapat membayar harga tinggi yang sesuai dengan permintaan pasar.

Keenam, hindarilah praktik Tadhīs dan Alghab. Perilaku al-ghab atau tadhīs, yang sering dikenal sebagai default, bisa terjadi dalam proses mark-up di bisnis modern ketika melebihi batas wajar. Strategi ekonomi Nabi Muhammad sukses karena beliau menetapkan harga yang seimbang, tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Menurutnya, aliran komoditas antara vendor dan konsumen sangatlah penting. Jangan biarkan produk hanya

menguntungkan kelompok demografis tertentu. Barang akan memiliki harga yang stabil dan akses yang mudah bagi masyarakat jika dapat menjangkau semua lapisan masyarakat.

Ketujuh, pengaturan yang saling menguntungkan. Secara umum, etika perusahaan memperhatikan tujuan dan karakteristik suatu perusahaan. Dalam perdagangan, Nabi Muhammad SAW selalu bersikap jujur dan memberikan penjelasan mengenai barang sesuai dengan kondisi yang ada. Pelanggan yang puas dengan produk yang mereka beli akan mendapatkan keuntungan, sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW.

Etika Bisnis Rasulullah dalam Perspektif Maqashid Syariah

Maqashid syariah, seperti yang diungkapkan oleh Mingka (2013), memiliki tujuan untuk mewujudkan kemaslahatan umat manusia di dunia dan akhirat. Istilah maqashid dan syariah digunakan dalam nomenklatur untuk menggambarkan maqashid syariah. Ajaran, hukum, dan ketetapan Allah yang diturunkan kepada para pengikut-Nya untuk mencapai falah di dunia dan akhirat dikenal sebagai syariah, menurut Toriquddin (2010). Dalam Maqashid terkandung makna mengenai tujuan. Istilah maqashid syariah pertama kali diperkenalkan oleh Imam Syatibi. Sebagai pelopor maqashid syariah, Imam Syatibi dikenal karena pemikirannya yang mendalam, sistematis, dan jelas. Salah satu tujuannya adalah untuk memberikan manfaat kepada masyarakat. Menurut Imam Syatibi (Mingka, 2013) dan (Dewi & Farida, 2019), maqashid dikelompokkan menjadi tiga kategori:

1. Kebutuhan yang paling fundamental yang sering ditekankan adalah Dharuriyat. Ini adalah persyaratan yang sangat penting, karena jika persyaratan tersebut tidak dipenuhi, keharmonisan dalam kehidupan ini dan di akhirat akan terancam. Menurut Al-Syatibi, ada lima aspek yang termasuk dalam kategori ini, yaitu keselamatan dalam agama, keselamatan dalam jiwa, keselamatan dalam pikiran, keselamatan dalam kehormatan dan nasab, serta keselamatan dalam harta.
2. Hajiyat merujuk pada kebutuhan yang tergolong sekunder; oleh sebab itu, jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, dapat menimbulkan kesulitan, tetapi tidak mengancam ketentraman jiwa. Dalam menanggapi kebutuhan ini, Islam berupaya untuk mengatasi segala hambatan dalam pelaksanaan Syariat Islam.
3. Tahsiniyat adalah tingkat kebutuhan yang, jika tidak terpenuhi, tidak akan membahayakan lima kriteria dharuriyat dan tidak akan menimbulkan masalah. Kebutuhan ini bersifat sekunder. Al-Syatibi mengidentifikasi aspek-aspek yang berhubungan dengan adat istiadat, seperti menghindari barang-barang yang tidak

sedap dipandang dan mendekorasi dengan keindahan yang sesuai dengan norma moral dan etika.

Selain itu, kebijakan dari sejumlah perusahaan dapat diubah sesuai dengan kondisi tertentu, yang mengindikasikan bahwa ada pihak-pihak yang mungkin tidak setuju dengan kebijakan tersebut. Selain itu, pelanggan berusaha untuk bersikap adil dengan menerapkan aturan dan sanksi secara konsisten kepada seluruh anggota. Tidak semua orang mungkin menyadari sikap netral dari pelaku. Memberikan bantuan kepada klien yang menghadapi kesulitan dengan menggunakan bahasa yang sopan dalam menyelesaikan transaksi adalah salah satu cara bagi bisnis untuk menunjukkan empati, pengetahuan, dan semangat mereka dalam membantu orang lain. Namun, tidak ada sistem yang benar-benar tanpa cacat.

Memberikan konsumen kesempatan untuk memilih produk sebelum membuat keputusan, yang dikenal sebagai *khayar*, adalah salah satu cara untuk menegakkan hak konsumen. Umumnya, pembeli diberikan informasi mengenai barang yang ada agar mereka dapat mengambil keputusan yang tepat. Hak selanjutnya bagi pembeli adalah memberikan umpan balik, baik positif maupun negatif, kepada penjual berdasarkan pengalaman mereka setelah menyelesaikan transaksi dan menerima produk. Perlindungan agama dapat dianggap sebagai usaha untuk membela hak dalam konteks fenomena yang terjadi di kalangan pelaku usaha.

Muslim dan non-Muslim diperlakukan setara dalam dunia bisnis, sehingga tidak ada kelompok agama yang seharusnya merasa didiskriminasi. Perlindungan hak asasi manusia sangat terkait dengan penjagaan jiwa (*hifz a nafs*). Hak untuk hidup merupakan hak pertama yang dihormati dalam Islam dan dianggap sebagai hak suci yang tidak dapat dihapuskan. Seperti yang dinyatakan oleh Rasulullah SAW dalam riwayat Al Bukhari melalui Abu Hurairah, "Barangsiapa yang menyakiti dirinya sendiri, maka ia akan menyakiti dirinya di neraka." Selain itu, orang yang melukai diri akan masuk neraka untuk terus menerus menyakiti dirinya. Dan orang yang menusuk perutnya dengan pisau akan melakukannya di neraka. Ketentuan mengenai barang-barang yang diizinkan untuk dibawa oleh pelaku usaha menggambarkan perlindungan jiwa terhadap fenomena yang terjadi dalam dunia usaha. Contohnya, dilarang membawa obat-obatan terlarang, benda tajam, organ tubuh manusia, barang yang bisa meledak atau terbakar, serta segala sesuatu yang dilarang oleh peraturan yang berlaku.

Potret Etika Bisnis Perspektif Alquran dan Hadits

Islam adalah agama yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan bagi seluruh umat manusia. Agama ini bersifat menyeluruh dan mencakup berbagai aspek kehidupan. Konsep universal menunjukkan bahwa ajaran Islam ditujukan kepada semua orang, tidak hanya umat Muslim. Selain itu, karakter komprehensif ajaran Islam meliputi beragam topik, seperti politik, isu sosial, etika, dan muamalah, selain aspek keagamaan. Melalui analisis literatur mengenai etika dalam bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga prinsip utama dalam etika bisnis yang perlu diperhatikan: al-Ghisy, azh-Zhulm, dan al-Gharar. Penjelasan tentang ketiga prinsip ini akan diuraikan di bawah ini.

1. Al Ghishy

Dalam dunia bisnis, Ghishy merujuk pada praktik mencampurkan produk berkualitas tinggi dengan yang berkualitas rendah serta menyembunyikan cacat dari produk tersebut. Al-ghishy dianggap sebagai perbuatan yang haram. Kejujuran dalam bertransaksi, baik saat membeli maupun menjual, adalah hal yang sangat penting; para pelaku bisnis harus jujur terhadap pembeli dan penjual. Namun, sering kali masalah muncul karena mereka hanya memberikan deskripsi singkat tentang barang yang ditawarkan saat melakukan penawaran. Karakteristik produk, kualitas, dan faktor lainnya sering kali dijadikan alasan untuk menipu. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk menarik perhatian atau meyakinkan para konsumen. Rasulullah SAW pernah meriwayatkan: "Aku mendengar dari Rifa'ah r.a. bahwa suatu ketika, ketika ia sedang dalam perjalanan menuju tempat salat bersama Rasulullah SAW." Saat Rasulullah melihat ada orang yang masih berjualan, beliau berseru, "Wahai para pedagang!" dan semua orang menengadah sebagai respons. Lalu Rasulullah bersabda: "Sesungguhnya para pedagang dan pengikutnya akan dibangkitkan pada hari kiamat dalam keadaan bingung, kecuali bagi mereka yang bertakwa, berakhlak baik, dan jujur dalam bertransaksi."

Hadits lain menyebutkan bahwa Abu Said al-Khudry r.a., seorang pengikut Rasulullah SAW, mengatakan: "Pembeli yang jujur dan amanah akan berada di sisi para nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada." Selain itu, ada hadits Sanad yang meriwayatkan: "Dua orang pembeli berhak selama keduanya belum berpisah, atau berkata sampai mereka berpisah, jika keduanya jujur dan terbuka, maka mereka akan diberkati dalam bertransaksi," Hakim. bin Hizam r.a. mengutip sabda

Rasulullah Saw. Jika keduanya sama Berbohong dan bersembunyi membuat keuntungan transaksi mereka hilang.”

Hadis tersebut menegaskan bahwa kejujuran merupakan prinsip dasar dalam etika bisnis menurut Al-Qur'an dan Hadits. Allah SWT melarang praktik seperti menyembunyikan kekurangan produk, mencampur barang berkualitas tinggi dengan yang rendah, dan menggunakan strategi pemasaran yang berlebihan untuk menyenangkan konsumen. Selain itu, meskipun penjual berlaku jujur, bersumpah hanya untuk meyakinkan orang lain dalam bisnis tetap dianggap tidak etis. Bisnis dapat dianggap melanggar hukum jika melakukan pemasaran secara berlebihan, seperti menggunakan sumpah yang tidak pantas. Dalam Islam, bersumpah atas nama Allah merupakan bentuk sumpah yang sah. Namun, dalam dunia usaha, menggunakan nama Allah untuk menegaskan kejujuran dianggap sebagai penghinaan terhadap kebesaran Allah SWT. Hal ini sejalan dengan ajaran Allah SWT yang Maha Mengetahui dan Maha Mendengar, serta melarang penggunaan sumpah yang dapat mengganggu ketakwaan, amal baik, dan usaha untuk menciptakan perdamaian di antara umat manusia.

Hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah r.a. menyatakan bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Sumpah yang digunakan dalam bisnis akan menghilangkan keberkahan.” Pernyataan ini menegaskan hal tersebut. Selain itu, Rasulullah juga menyebutkan pepatah dari Abu Dzar r.a. yang mengatakan bahwa ada tiga orang yang tidak akan dilihat oleh Allah SWT pada hari kiamat dan tidak akan mendapatkan kesucian.

"(Pelanggaran mereka) dan hukuman yang berat bagi mereka." Ketika kami bertanya, "Siapa orang-orang yang merugi itu, wahai Rasulullah?" beliau menjawab, "Orang yang suka membanggakan kebaikannya sendiri, orang yang menarik pakaiannya hingga menutupi mata kaki, dan orang-orang yang memberikan sumbangan dengan sumpah yang tidak benar."

2. Azh zhulm

Istilah “azh-zulm” berasal dari kata dasar “zhalim,” yang berarti penempatan sesuatu dengan cara yang tidak pantas, tidak adil, menindas, menganiaya, bertindak semena-mena, dan menyebabkan kegelapan. Zhalim adalah lawan dari cahaya, kejahatan, keburukan, keangkuhan, dan kemunafikan. Banyak akademisi, termasuk ahli bahasa, mendefinisikan tirani sebagai tindakan meremehkan atau membesar-besarkan

sesuatu, baik yang bersifat nyata maupun tidak nyata. Ar-Raghib membagi ketidakadilan dalam konteks hukum menjadi tiga kategori: pertama, pelanggaran yang dilakukan manusia terhadap Allah, seperti kufur, syirik, dan nifak; kedua, ketidakadilan antara manusia; dan ketiga, ketidakadilan terhadap diri sendiri.

Seringkali, orang-orang saling memperlakukan secara tidak adil dan mengabaikan nikmat yang telah Allah berikan kepada mereka. Berbagai pelanggaran hak asasi manusia terjadi, seperti praktik riba, penipuan untuk mendapatkan penghasilan, dan kejahatan dengan kekerasan. Dalam Al-Qur'an dikatakan: "Kami melarang orang-orang Yahudi mengonsumsi makanan yang sebelumnya halal bagi mereka akibat ketidakadilan yang mereka lakukan dan karena mereka menyesatkan orang dari jalan Allah." Mereka juga mengambil harta orang lain dan terlibat dalam riba. Dari penafsiran ayat-ayat ini, jelas bahwa berbuat zalim kepada orang lain akan merugikan diri sendiri. Al-Qur'an juga menekankan pentingnya keseimbangan dalam timbangan dan takaran saat membahas perbuatan maksiat

3. Gharar

Al-gharar dalam bahasa Indonesia mengacu pada tindakan yang melibatkan unsur permainan dan taruhan, serta mencakup al-khidā' (penipuan), al-khāthr (pertaruhan), dan al-jahālāh (ketidakjelasan). Transaksi jual beli gharar melibatkan ketidakpastian, karena jumlah dan besaran yang terlibat tidak dapat ditentukan atau disepakati, seperti halnya dalam perjudian. Gharar dapat diartikan sebagai kontrak atau kerugian yang mungkin terjadi akibat ketidakjelasan dalam suatu akad. Hukum Islam menyatakan bahwa al-gharar merupakan pelanggaran terhadap prinsip kontrak, yang pada gilirannya melindungi kepentingan manusia. Menurut Imam an-Nawawi, gharar tidak diperkenankan dalam ekonomi Islam dan berperan penting dalam menjaga keadilan. Praktik gharar dilarang dalam etika bisnis yang berdasarkan Alquran dan hadis, dengan tujuan untuk memastikan tidak ada pihak yang dirugikan. Dengan demikian, Islam mengatur sejumlah hadis dan norma ekonomi yang bersumber dari Alquran.

Kata "gharar" dan semua bentuk turunannya disebutkan sebanyak tiga belas kali dalam Al-Quran. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah, disebutkan bahwa "Rasulullah Sallallahu Alaihi wa Sallam melarang jual beli al-hashah (dengan melempar batu) dan transaksi yang mengandung gharar." Saat melakukan

bisnis atau perdagangan, sangat penting untuk melakukannya dengan persetujuan agar transaksi dapat berlangsung dengan baik.

Sebagai landasan bagi umat Islam, Al-Quran dan Hadits telah menetapkan pedoman untuk menghormati dan melindungi etika bisnis sesuai dengan syariah. Etika bisnis diterapkan dengan mengikuti prinsip dan semangat yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadits, serta menghindari semua yang dilarang, termasuk tiga hal (al-Ghisy, azh-Zhulm, dan al-Gharar) yang telah disebutkan. Sejak masa Nabi Muhammad SAW hingga kini, pelaku bisnis diwajibkan untuk menjauh dari ketiga hal ini. Seseorang dianggap menjalankan bisnis secara etis menurut Al-Quran dan Hadits, baik dalam kegiatan offline maupun online, jika ia menghindari ketiga faktor tersebut. Al-Quran dan Hadits mengajarkan berbagai etika bisnis, seperti bertindak jujur dan sopan, berhati-hati dalam berkomunikasi, mengutamakan kepentingan sesama umat Islam, menjauhi tindakan curang atau penipuan, hidup hemat, melarang suap, dan berbisnis dengan baik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa pelaku usaha harus mengikuti etika bisnis yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Namun, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Terdapat pihak-pihak yang ceroboh, seperti penjual yang tidak jujur, penjual yang melanggar hak konsumen, pembeli yang tidak sopan atau kurang ramah, pembeli yang mengabaikan hak penjual, serta pelaku usaha yang gagal menangani keluhan dari pelanggan dan penjual dengan efektif dan tepat. Empat langkah perlindungan atau maqashid syariah dapat diimplementasikan untuk melindungi konsumen dari kehilangan hak mereka, yaitu dengan menjaga keimanan, jiwa, akal, dan generasi mendatang.

Saran

Penulis menyadari bahwa artikel ini masih terdapat banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, kami sebagai penulis makalah sangat menghargai masukan dari teman-teman. Dengan demikian, kami dapat meningkatkan kualitas makalah kami di masa depan. Kami berencana untuk segera melakukan

perbaikan pada komposisi makalah berdasarkan saran dari berbagai sumber dan umpan balik dari pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Fikri, 2019. Etika Bisnis Dalam Perspektif Al Quran. Jurnal Kajian Agama, Social Dan Budaya: 4(02) 257-269 (<http://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jf>)
- Karim, Adiwarmans Aswar. (2010). Sejarah pemikiran ekonomi islam. Rajawali pers: Jakarta.
- Karim, Adiwarmans Azwar, 2014, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta: Rajawali Press
Chapra,
- Khalil, Ahmad Al-Ashum wa As-Sanâdatu wa Ahkâmuhâ fî al-fiqhi al-islâmî. bin Muhammad. 1424 H. “Jedah: Daarul Ibnu Jauzi.
- M. Umer, (2000). Why has Islamic Prohibited Interest? Review of Islamic Economics, No. 9. Menurut Adrian Sutedi (2012), Sukirno (2004: 333)
- Yahya, A. 2020. Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah 5(01): 91-100 (<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>)